

ЗАТВЕРДЖУЮ

Голова науково-методичної
ради НУВГП
е-підпис Олег ЛАГОДНІЮК

16.09.2021

06-13-30S

СИЛАБУС

навчальної дисципліни

ЦИФРОВИЙ БІЗНЕС

Шифр за ОП

075

Освітній рівень:
магістерський (другий)

Галузь знань
**Управління та
адміністрування**

07

Спеціальність
Маркетинг

075

Освітня програма:

Маркетинг

SYLLABUS

DIGITAL BUSINESS

ЗП-6

Educational level:
master's (second)

Field of knowledge:
**Management and
administration**

Field of study:
Marketing

Educational Program:

Marketing

Силабус навчальної дисципліни **“Цифровий бізнес”** для здобувачів вищої освіти другого (магістерського) освітнього ступеня, спеціальності 075 “Маркетинг”, освітньо-професійної програми “Маркетинг”. Рівне. НУВГП. 2021. стор. 13.

ОПП на сайті університету: <http://ep3.nuwm.edu.ua/20999>

Попередній шифр **06-13-04S**

Розробники силабусу: *Мальчик М. В., д.е.н., професор, завідувач кафедри маркетингу*

Силабус схвалений на засіданні кафедри
Протокол № 1 від “ 25 ” серпня 2021 року

Завідувач кафедри: *Мальчик М.В., д.е.н, професор.*

Керівник (гарант) ОП: Мартинюк О.В., к.е.н., доцент

Схвалено науково-методичною радою з якості ННІ економіки та менеджменту
Протокол № ____ від “ ____ ” _____ 2021 року

Голова науково-методичної ради з якості ННІЕМ: Ковшун Н.Е., д.е.н., професор

СЗ №-4628 в ЕДО.

© Мальчик М. В., 2021
© НУВГП, 2021

ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ

Ступінь вищої освіти *магістр*

Освітня програма *Маркетинг*

Спеціальність *075 Маркетинг*

Рік навчання, *1*

семестр *1*

Кількість кредитів *3*

Лекції: *16 годин*

Практичні заняття: *14 години*

Самостійна робота: *60 годин*

Курсова робота: *ні*

Форма навчання *денна, заочна*

Форма підсумкового контролю *залік*

Мова викладання *українська*

ІНФОРМАЦІЯ ПРО ВИКЛАДАЧА

ПРОФАЙЛ ЛЕКТОРА



*Мальчик Мар'яна Василівна,
доктор економічних наук,
професор кафедри маркетингу*

Вікіситет http://wiki.nuwm.edu.ua/index.php/Мальчик_Мар'яна_Василівна

ORCID <https://orcid.org/0000-0002-0917-191X>

Канали комунікації
m.malchuk@nuwm.edu.ua
тел. +38-097-751-66-51
<https://exam.nuwm.edu.ua/login/index.php>
Актуальні оголошення на сторінці дисципліни в системі MOODLE

ПРО ДИСЦИПЛІНУ

Анотація, мета, цілі навчальної дисципліни Даний курс є теоретико-методологічною основою організації ведення бізнесу за допомогою інформаційно-комунікаційних технологій, що передбачає зміну культури організації із використанням цифрових технологій.

Метою викладання дисципліни є поглиблення системи теоретико-практичних знань у специфіці ведення бізнесу та його цифрової трансформації із запровадженням нових інформаційних технологій.

Основні цілі:

- розкриття теоретичних основи та набуття практичних навик організації ведення бізнесу з використанням інформаційних технологій шляхом вивчення змісту та сутності основ цифрового бізнесу, типових бізнес-моделей, вивчення видів веб-сайтів, що застосовуються у цифровому бізнесі, призначення цифрового маркетингу, його методів, маркетингових досліджень, аналізу та інформаційно-аналітичних технологій, а також платіжних систем та безпеки у системі цифрового бізнесу;
- виховання у студентів культури ведення бізнесу та навик підприємництва у середовищі цифрового бізнесу;
- розвивати уміння застосовувати маркетингові інструменти, методи та прийоми у цифровому бізнесі.

Посилання на розміщення навчальної дисципліни на навчальній платформі Moodle

<https://exam.nuwm.edu.ua/course/view.php?id=4890>

Компетентності

ІК Здатність розв'язувати складні задачі і проблеми в сфері маркетингу в професійній діяльності або у процесі навчання, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризується невизначеністю умов і вимог.

СК3 Здатність до проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у сфері маркетингу.

СК4. Здатність застосовувати творчий підхід до роботи за фахом.

СК6. Здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі.

СК8. Здатність формувати систему маркетингу ринкового суб'єкта та оцінювати результативність і ефективність її

функціонування.

Програмні
результати
навчання

P1 Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу.

P2. Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта.

P5. Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проектів державною та іноземною мовами.

Підсумки курсу

У результаті вивчення дисципліни студенти повинні знати:

- сутність інформаційної революції та її етапи, а також понятійний апарат цифрового бізнесу та основні бізнес-моделі на електронному ринку;
- види веб-сайтів та їх функціональне призначення у цифровому бізнесу;
- особливості маркетингової діяльності у системі цифрового бізнесу, у тому числі комплекс цифрового маркетингу та алгоритм розробки, реалізації маркетингової цифрової стратегії;
- методи цифрового маркетингу, їх переваги та недоліки;
- специфіку маркетингових досліджень, аналізу та використання інформаційно-аналітичних технологій у цифровому бізнесі;
- основи реінжинірингу бізнесу на основі глобальних мережових технологій;
- зміст, призначення та застосування електронних платіжних систем у цифровому бізнесі;
- загрози, правове регулювання та способи захисту інформації у цифровому бізнесі.

У результаті вивчення дисципліни студенти повинні уміти:

- аналізувати та узагальнювати фактичний матеріал, набутий у ході лекцій та під час самостійного опрацювання літератури до курсу;
- робити самостійні науково-обґрунтовані висновки з вивченої теми;
- здійснювати порівняльний аналіз специфіки маркетингу та маркетингу цифрового бізнесу;
- самостійно поглиблювати знання з дисципліни шляхом пошуку й опрацювання нової інформації з використанням сучасних технічних засобів;
- готувати доповіді, проводити наукові дискусії з актуальних

- питань цифрового бізнесу, аргументовано висловлювати власну думку;
- розрізняти особливості маркетингової діяльності у системі цифрового бізнесу;
 - застосовувати методи цифрового маркетингу на практиці;
 - проводити маркетингові дослідження з використанням показників маркетингового аналізу та веб-аналітики;
 - характеризувати способи реінжинірингу бізнесу на основі глобальних мережевих технологій;
 - застосовувати пластикові картки у платіжних системах, користуватися послугами інтернет-банкінгу, інтернет-еквайрингу, а також розрізняти види платіжних систем, що застосовуються у цифровому бізнесі;
 - визначати загрози та способи захисту інформації у цифровому бізнесі у межах чинного законодавства.

Структура
навчальної
дисципліни

Навчальна дисципліна складається з 16 годин лекційних занять, 14 годин практичних занять та 60 год. самостійної роботи.

Змістовий модуль 1. Основи маркетингу у системі цифрового бізнесу

Тема 1. Основи цифрового бізнесу

*(2 год. - лекцій, 1 год. – практичних занять,
7 год. – самостійна робота)*

Етапи та вплив інформаційної революції на економіку України. Характерні ознаки та принципи цифрової економіки. Сутність цифрового бізнесу. Елементи цифрової стратегії та їх характеристика. Електронний ринок. Бізнес-моделі цифрового бізнесу на електронному ринку. Покупці та посередники електронного ринку.

Тема 2. Види веб-сайтів та їх функціональне призначення

*(2 год. - лекцій, 1 год. – практичних занять,
7 год. – самостійна робота)*

Класифікація веб-сайтів. Сайт-візитка та його функціональне призначення. Корпоративний сайт та його функціональне призначення. Інтернет-магазин та його функціональне призначення. Інші веб-сайти та їх функціональне призначення.

Тема 3. Особливості маркетингової діяльності у системі цифрового бізнесу

*(2 год. - лекцій, 2 год. – практичних занять,
8 год. – самостійна робота)*

Сутність цифрового маркетингу. Переваги цифрового маркетингу. Види цифрового маркетингу. Завдання цифрового маркетингу. Канали цифрового маркетингу. Характеристика каналів цифрового маркетингу. Риси маркетингової діяльності фірм на електронному ринку. Комплекс цифрового маркетингу. Ціноутворення у мережі Інтернет. Алгоритм розробки і реалізації маркетингової стратегії. Маркетингова воронка.

Тема 4. Методи цифрового маркетингу

*(2 год. - лекцій, 2 год. – практичних занять,
8 год. – самостійна робота)*

Методи цифрового маркетингу. Переваги та недоліки методів цифрового маркетингу. Сутність інтернет-реклами. Класифікація видів реклами в Інтернеті. Цінові моделі розміщення реклами. Види рекламних носіїв. Види соціальних медіа. Характеристика видів соціальних медіа. Переваги SMM.

Тема 5. Маркетингові дослідження, аналіз та інформаційно-аналітичні технології у цифровому бізнесі

*(2 год. - лекцій, 2 год. – практичних занять,
8 год. – самостійна робота)*

Маркетингові дослідження в Інтернеті. Етапи маркетингових досліджень в Інтернеті. Відмінності маркетингових досліджень в Інтернеті від традиційних. Способи отримання первинної інформації через мережу Інтернет. Джерела отримання вторинної інформації. Програми кількісного контент-аналізу. Програми якісного контент-аналізу. Мета та завдання маркетингового аналізу. Етапи проведення маркетингового аналізу. Показники маркетингового аналізу. Сутність та призначення веб-аналітики. Методи веб-аналітики. Інструменти веб-аналітики. Маркетингові інформаційні системи. Модель АІС маркетингу на підприємстві. АІС на прикладі підприємств. Сутність CRM-систем. Будова CRM-систем.

Тема 6. Реінжиніринг бізнесу на основі глобальних

мережевих технологій

*(2 год. - лекцій, 2 год. – практичних занять,
8 год. – самостійна робота)*

Віртуальні корпорації. Прилади віртуальних корпорацій. Забезпечуючі та розширені ланцюжки. Ланцюжки поставок покупцеві. Ланцюжки традиційної мережі поставок товару виробника. Управління ланцюжком поставок. Сутність географічних інформаційних систем. Завдання географічних інформаційних систем. Універсальні та спеціалізовані географічні інформаційні системи. Сфери використання географічних інформаційних систем. Компоненти географічних інформаційних систем. Принципи та стандарти у сфері розробки програмного забезпечення географічних інформаційних систем. Інтернет речей. Переваги та недоліки Інтернету речей.

Тема 7. Електронні платіжні системи

*(2 год. - лекцій, 2 год. – практичних занять,
7 год. – самостійна робота)*

Зміст електронних платіжних систем. Призначення електронних платіжних систем. Види електронних платіжних систем. Дистанційне банківське обслуговування. Інтернет-банкінг. Застосування пластикових карток у цифровому бізнесі. Елементи захисту пластикових карток. Сутність інтернет-еквайрингу. Учасники інтернет-еквайрингу. Платіжна платформа. Платіжний шлюз. Принципи роботи платіжного шлюзу. Агрегатор платежів. Платіжні системи для веб-сайту. Платіжні системи для інтернет-магазину.

Тема 8. Безпека цифрового бізнесу

*(2 год. - лекцій, 2 год. – практичних занять,
7 год. – самостійна робота)*

Загрози системам цифрового бізнесу. Правове регулювання захисту інформації у цифровому бізнесі. Способи захисту інформації на електронних носіях. Кваліфікований електронний підпис.

Методи, технології навчання та викладання: інтерактивні лекції, елементи проблемної лекції, індивідуальні завдання, впровадження ділових та рольових ігор, кейс-методів, індивідуальні та групові науково-дослідні завдання, демонстрація.

Засоби навчання: мультимедіа, проекційна апаратура,

інформаційно-комунікаційні системи, роздаткові друковані матеріали.

Методи оцінювання та структура оцінки

Для досягнення цілей та завдань курсу студентам потрібно вчасно виконати практичні, індивідуальні та самостійні завдання, вчасно здати модульні контролі роботи. Викладач проводить оцінювання індивідуальних завдань студентів шляхом аналітичного дослідження разом із студентом.

За вчасне та якісне виконання практичних, індивідуальних та самостійних завдань, здобувач вищої освіти отримує такі **обов'язкові бали**:

50 балів – усні, письмові практичні та самостійні завдання,

10 балів – індивідуальне завдання.

Всього поточна складова оцінювання: 60 балів.

Модульна складова оцінювання:

Модульний контроль № 1 – 20 балів,

Модульний контроль № 2 – 20 балів.

Всього модульна складова оцінювання: 40 балів.

Разом: 100 балів.

Студенти можуть отримати **додаткові бали** за: виконання рефератів, есе дослідницького характеру, наукових тез або статей за темою курсу. Тему можуть дослідницької роботи вибрати самостійно за погодженням із викладачем. Додаткові бали студентам також можуть бути зараховані за конкретні пропозиції з удосконалення змісту навчальної дисципліни.

Модульний контроль проходить у формі тестування. У тесті 20 запитань різної складності:

рівень 1 – 14 запитань по 0,5 бали (усього – 7 балів),

рівень 2 – 5 запитань по 2 бали (усього – 10 балів),

рівень 3 – 1 запитання по 3 бали (усього – 3 бали).

Усього за модульний контроль – 20 балів.

Лінк на нормативні документи, що регламентують проведення поточного та підсумкового контролів знань студентів, можливість їм подання апеляції:
<http://ep3.nuwm.edu.ua/15311/>.

Місце навчальної дисципліни в освітній траєкторії здобувача вищої освіти

Вивченню даної дисципліни передують вивчення дисциплін першого (бакалаврського) освітнього рівня.

Для вивчення даного курсу студентам необхідні знання з таких дисциплін: маркетинг, рекламна діяльність, маркетингові комунікації, маркетингова товарна політика, економічний механізм маркетингу, маркетингові дослідження, маркетингове ціноутворення та інші.

Рекомендована література
Базова література

1. Бойчук І. В. Інтернет в маркетингу : підручник. Київ : ЦУЛ, 2010. 512 с.
2. Дубовик О. В. Концептуальні засади Інтернет-реклами торговельного підприємства. Актуальні проблеми економіки, 2009. № 11 (101). С. 71-76.
3. Єжова Л. Ф. Інформаційний маркетинг : навч. посіб. Київ : КНЕУ, 2002. 560 с.
4. Інтернет-торгівля як засіб підвищення конкурентоспроможності підприємств в умовах глобалізації. Теоретичні, методологічні та практичні аспекти конкурентоспроможності підприємств : монографія / за заг. ред. О.Г. Янкового. Одеса : Атлант, 2017. 514 с.
5. Маркетинг: навч. посібник / М. В. Мальчик, Н. А. Гонтаренко, О. В. Попко, З. О. Толчанова, Б. О. Король, О. В. Мартинюк, С. І. Коваль ; за заг. ред. д.е.н., проф. Мальчик М.В. Рівне : НУВГП, 2014. 444 с.
6. Сучасний маркетинг: аналіз і перспективи розвитку : наукове видання. / П. А. Орлов, Н. М. Лисиця, Г. О. Холодний та ін.; за заг.ред. д.е.н, проф. П. А. Орлова. Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2015. 212 с.
7. Global Ecommerce Report. URL : <https://www.ecommercefoundation.org/free-reports>

Допоміжна література

1. Звіт «Цифрові технології 2020» (Digital 2020). URL:
2. Мальчик, М. В., Адасюк, І. П. *Таргетингова реклама як інструмент просування бізнес-сторінок у соціальних мережах*. Вісник Національного університету водного господарства та природокористування, 2020. - (3(91)). с. 127-136.
3. Цифрова адженда України –2020 («Цифровий порядок денний» –2020). Концептуальні засади (версія 1.0). Першочергові сфери, ініціативи, проекти «цифровізації» України до 2020 року. Грудень, 2016.
4. Як цифрові технології впливають на світ і Україну. URL : <https://sergioshtogryn.blogspot.com/2018/06/blog-post.html>

Інші інформаційні ресурси

1. Національна бібліотека ім. В.І. Вернацького. URL : <http://www.nbu.gov.ua/>
2. Наукова бібліотека НУВГП (м.Рівне, вул. Олекси Новака, 75). URL : http://nuwm.edu.ua/MySql/page_lib.php (інформаційні ресурси у цифровому репозиторії)
3. Освіта.UA: Освіта в Україні та за кордоном. URL : <http://osvita.ua/>
4. Вища освіта. URL : http://osvita.ua/legislation/Vishya_osvita/
5. Рівненська обласна універсальна наукова бібліотека (м. Рівне, пл. Короленка, 6). URL : <http://libr.rv.ua/>
6. Рівненська централізована бібліотечна система (Київська, 44, Рівне)). URL : <https://www.facebook.com/cbs.rivne/>

Методичне забезпечення

Інформаційні ресурси у електронному репозиторії Національного університету водного господарства та природокористування. URL :

<http://ep3.nuwm.edu.ua/view/types/metods/>:

1. **06-13-62М** Мальчик, М. В. та Адасюк, І. П. (2021) Методичні вказівки до організації практичних занять та самостійного вивчення навчальної дисципліни «Цифровий бізнес» для здобувачів вищої освіти другого (магістерського) рівня за освітньо-професійною програмою «Маркетинг» спеціальності 075 «Маркетинг» денної та заочної форм навчання. [Методичне забезпечення]

ПРАВИЛА ТА ВИМОГИ (ПОЛІТИКА)

Дедлайни та перескладання

Ліквідація академічної заборгованості здійснюється згідно «Порядоку ліквідації академічних заборгованостей у НУВГП», <http://ep3.nuwm.edu.ua/4273/>. Згідно цього документу і реалізується право студента на повторне вивчення дисципліни чи повторне навчання на курсі.

Перездача модульних контролів здійснюється згідно <http://nuwm.edu.ua/strukturni-pidrozdili/navch-nauk-tsentr-nezaleznoho-otsiniuvannia-znan/dokumenti>.

Оголошення стосовно дедлайнів здачі та перездачі оприлюднюються на сторінці MOODLE <https://exam.nuwm.edu.ua/>

Правила академічної

За списування під час проведення модульного контролю чи підсумкового контролю, студент позбавляється

доброчесності

подальшого права здавати матеріал і у нього виникає академічна заборгованість.

За списування під час виконання окремих завдань, студенту знижується оцінка у відповідності до ступеня порушення академічної доброчесності.

Документи стосовно академічної доброчесності (про плагіат, порядок здачі курсових робіт, кодекс честі студентів, документи Національного агентства стосовно доброчесності) наведені на сторінці ЯКІСТЬ ОСВІТИ сайту НУВГП - <http://nuwm.edu.ua/sp/akademichna-dobrochesnistj>

Вимоги до відвідування

Студенту не дозволяється пропускати заняття без поважних причин.

У випадку пропуску заняття студент має можливість відпрацювати тему на консультації, яка відбувається на заздалегідь визначеній парі в ауд. 275 (кафедра маркетингу).

Студент має право оформити індивідуальний графік навчання згідно відповідного положення <http://ep3.nuwm.edu.ua/6226/>

При об'єктивних причинах пропуску занять, студенти можуть самостійно вивчити пропущений матеріал на платформі MOODLE <https://exam.nuwm.edu.ua/course/view.php?id=4890>

Здобувачі без обмежень можуть на заняттях використовувати мобільні телефони та ноутбуки.

В умовах карантину лекції та семінарські заняття проводяться за допомогою Google Meet за корпоративними профілями.

ДОДАТКОВО

Правила отримання зворотної інформації про дисципліну

Щосеместрово студенти заохочуються пройти онлайн опитування стосовно якості викладання та навчання викладачем даного курсу та стосовно якості освітнього процесу в НУВГП.

За результатами анкетування студентів викладачі можуть покращити якість навчання та викладання за даною та іншими дисциплінами.

Результати опитування студентам надсилають обов'язково.

Порядок опитування, зміст анкет та результати анкетування здобувачів минулих років та семестрів завантажені на сторінці «ЯКІСТЬ ОСВІТИ»

Оновлення змісту
навчальної
дисципліни

За ініціативою викладача зміст даного курсу оновлюється щорічно, враховуючи зміни у законодавстві України, наукових психолого-педагогічних дослідження особистості, діяльності та професійної діяльності, враховуючи досвід зарубіжних країн стосовно організації професійної діяльності фахівців певної галузі.

При викладанні даної дисципліни враховано вимоги Закону України “Про вищу освіту” та нормативні документи щодо організації освітнього процесу у ЗВО, Стандарт вищої освіти зі спеціальності 075 Маркетинг <https://mon.gov.ua/storage/app/media/vishcha-osvita/zatverdzeni>

Студенти також можуть долучатись до оновлення дисципліни шляхом подання пропозицій викладачу стосовно новітніх змін у галузі педагогіки та психології та використання сучасних технологій навчання. За таку ініціативу студенти можуть отримати додаткові бали.

Навчання осіб з
інвалідністю

Документи та довідково-інформаційні матеріали стосовно організації навчального процесу для осіб з інвалідністю доступно за посиланням <http://nuwm.edu.ua/sp/dlja-osib-z-invalidnistju>

У випадку навчання таких категорій здобувачів освітній процес даного курсу враховуватиме, за можливістю, усі особливі потреби здобувача.

Викладач та інші здобувачі даної освітньої програми максимально сприятимуть організації навчання для осіб з інвалідністю та особливими освітніми потребами.

Лектор, д.е.н., професор

М. В. Мальчик